

Salerno, Gustavo

Instituciones y coerciones en la comunidad de comunicación

VI Jornadas de Sociología de la UNLP

9 y 10 de diciembre de 2010

Cita sugerida:

Salerno, G. (2010). Instituciones y coerciones en la comunidad de comunicación. VI Jornadas de Sociología de la UNLP, 9 y 10 de diciembre de 2010, La Plata, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en:

http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.5709/ev.5709.pdf

Documento disponible para su consulta y descarga en **Memoria Académica**, repositorio institucional de la **Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación (FaHCE)** de la **Universidad Nacional de La Plata**. Gestionado por **Bibhuma**, biblioteca de la FaHCE.

Para más información consulte los sitios:

<http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar> <http://www.bibhuma.fahce.unlp.edu.ar>



Esta obra está bajo licencia 2.5 de Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 2.5

Dr. Gustavo Salerno
CONICET – UNMDP
gustavosalerno@yahoo.com

(Mesa 35: Sociología de la comunicación y de los medios)

INSTITUCIONES Y COERCIONES EN LA COMUNIDAD DE COMUNICACIÓN

1. La llamada comunidad de comunicación representa la transformación pragmático-trascendental del espíritu objetivo hegeliano. Dentro de ella existe, entre otras, una problemática singular que condiciona o limita el cumplimiento de las presuposiciones ideales de los discursos argumentativos. Viene dada por la percatación de que las instituciones (o sistemas sociales funcionales) ejercen fuertes constreñimientos para quienes están ubicados dentro de ellas. Concretamente, se trata de las coerciones de la economía de mercado capitalista, la política y el derecho. En esta exposición pretendo tres objetivos: en principio, puntualizar algunas objeciones respecto de un marco teórico preciso, que ha tematizado recientemente dichas coerciones sistémicas; posteriormente, presentar dentro de ese escenario cuál podría ser el alcance y el rol que han llegado a desplegar los medios masivos de información; por último, mostrar que éstos representan una cuarta coerción sistémica funcional moralmente restrictiva.

2. De acuerdo con Karl-Otto Apel la posibilidad de una cancelación total y emancipatoria de la alienación en la praxis debe ser abandonada y caracterizada como “idealismo utópico” o “utopismo anarquista”. Ella equivale en los hechos a una regresión en la evolución cultural de la humanidad y a un desconocimiento de las –al parecer *inevitables*- diferenciaciones de los sistemas funcionales y de sus coerciones, tal como han tenido lugar desde la modernidad. Por ello, una adecuada “ilustración sociológica” debería permitirnos distinguir la praxis revolucionaria respecto del progreso en la conciencia de la libertad en tanto exteriorización de la subjetividad en el espíritu objetivo, es decir, en las instituciones (Apel 1992: 205; 1996: 314 y 336; 2000: 113-114; 2007: 144; Salerno 2009).

Esta diferenciación, pues, instala como problema la relación adecuada ha alcanzar entre los hombres y las instituciones. Apel trata esta cuestión en la parte B de su ética, donde descarta tanto la posibilidad de que aquel vínculo pueda realizarse de acuerdo con los presupuestos de una ética de la acción interpersonal, como la de incurrir en el reduccionismo

funcionalista de la teoría de los sistemas (Gehlen y Homann). En efecto, el reconocimiento de la necesaria intermediación sistémico-funcional no puede significar la rebasabilidad de la comunicación lingüística en tanto *meta*-institución de todas las instituciones, ni su capitulación frente a los constreñimientos o coerciones (*Sachzwänge*) de éstas. Ello implica asumir una “doble aplicación de la responsabilidad moral”, frente a la política, el derecho y la economía capitalista de mercado: “por un lado, en principio, deberemos afirmar como inevitable la aceptación de las coerciones funcionales de un sistema social funcional. Por otro lado, simultáneamente, es exigible la legitimación o bien la crítica de las coerciones funcionales del sistema, en razón de la co-responsabilidad de todos los miembros del discurso primordial para la formación y, si es necesario, la transformación del sistema” (Apel 2007: 158-159).

Consecuentemente, la comunidad real de comunicación debe estar preparada para ejercer una “iniciativa de organización” que, a la vez que critique, *reforme* las condiciones políticas y económicas tal como tienen lugar en un estado democrático (Apel 1992: 206, y 1996: 317). Para esto se requiere avanzar progresivamente en la institucionalización de la meta-institución del discurso primordial, y de un orden legal y civil mundial.¹ Según Apel, dentro de las democracias liberales modernas esta posibilidad se encuentra parcialmente encaminada en dos direcciones. Al referir esto llego al nudo de la problemática sobre la cual quiero reflexionar:

a- Tal sistema político “se caracteriza precisamente porque permite *una ‘publicidad raciocinante’ independiente del Estado*, en la que incluso es lícito discutir filosóficamente... su propio derecho. La publicidad raciocinante, por cierto, que fue desde un principio internacionalmente pública, y que *hoy en día se ha transformado en la publicidad mundial de los medios de comunicación*, puede *asumir* –más aún que los discursos políticos de las democracias particulares- *la función de la representación inmediata de los ‘discursos prácticos’*. Y en estos discursos –según la ética discursiva- debería ser puesta en práctica la corresponsabilidad primordial de todos los hombres para la identificación y solución de los problemas de la humanidad” (Apel 2007: 151-152; los subrayados me pertenecen).

b- El propio Apel reconoce además que a los discursos de la publicidad mundial “les falta obligatoriedad práctica”, y que “subyacen todavía a la distorsión ideológica y adecuada a

¹ Siempre resultará sorprendente para quienes no vivimos en Europa –¡aunque también para muchos de los que sí lo hacen!- el hecho de que Apel sostenga que esos órdenes puedan acompañarse además de un orden económico mundial que bregarse por la justicia social y la economía social de mercado a escala planetaria, “a cuyo efecto *podrían servir como punto de partida* las instituciones existentes, como, por ejemplo, el Banco Mundial, el FMI o la OMC” (2007: 162; subrayado mío).

los intereses”. No obstante, “existe hoy *entre* el ámbito de las instituciones (o bien de los sistemas sociales funcionales) y la publicidad mundial racionante, aún otra institución permanente, y que ya casi desempeña la función de una cuasi o metainstitución... `los miles de congresos y coloquios”. En ellos se utilizan los medios tecnológicos y la disposición comunicativa de los expertos en el sentido (siquiera implícito) del tratamiento de los conflictos de manera argumentativa: este es el sitio desde el cual debería poder obtenerse una reglamentación de los problemas de la humanidad, en tanto sean representados los intereses de todos los afectados (*Ibíd.*: 152; subrayado mío). Incluso llega a afirmar: “leyendo hoy día los comentarios en la prensa con respecto a todas las conferencias Norte-Sur, la mayoría de las veces da la impresión de que todos parecen haber entendido y aceptado las normas básicas de una ética del discurso” (Apel 1993: 266).

Creo que las implicancias y derivaciones de esta segunda modalidad han sido problematizadas con corrección por Fernández (2008), de modo que no me detendré en ella más que para destacar lo siguiente: para la arquitectónica de la ética apeliana, lo recién referido indica que, en su parte B, se operacionaliza el principio previamente fundamentado en la parte A en el sentido de un cumplimiento aproximativo de una responsabilidad trans-institucional o trans-sistémica. Al mismo tiempo, el carácter reformista que ya había quedado planteado más arriba, se refuerza mediante la introducción en este punto de una “condición restrictiva” (¿conservadora?) mediante la cual se trata de no poner en peligro (por ejemplo, mediante una “dictadura del proletariado”) las conquistas del “orden social” moderno-liberal: el estado democrático de derecho y el sistema de la economía capitalista (véase Apel, 1992: 207). Apel, por esto mismo, parece des-historizar parcialmente la ética en su parte B (e, incluso, a su “ilustración sociológica”): lo manifiesta su posicionamiento ante el capitalismo, que sólo puede fundamentar mediante un desconocimiento del carácter condicionado e histórico de dicha configuración productiva. Sin embargo, sí apela a la historia para identificar –de manera apresurada- a la filosofía y los postulados de Marx con las experiencias del socialismo burocrático hasta ahora conocidas (Salerno 2009).

En cuanto a la primera modalidad, he de ponderarla separadamente, teniendo que aclarar primero una cuestión terminológica que no es menor y que perfila en cierta medida el sentido de mi reflexión.

3. Creo necesario introducir al comienzo una aclaración conceptual cuyo alcance debe involucrar las sugerencias de Apel: él incurre en el tópico usual de identificar los medios *de comunicación* –que han ocupado el lugar de la publicidad internacional racionante- con los

que, en rigor, son medios *de información*: ya Pasquali afirmaba que la expresión “medio de comunicación de masas” comportaba una fuerte contradicción, pues: o bien nos referimos a los medios empleados para la comunicación (y aquí el polo receptor nunca es una “masa”), o bien aludimos a los mismos medios empleados para la información (en cuyo caso resultaría redundante especificar que son “de masa” (Pasquali 1963). Es decir, el término comunicación debe ser aplicado sólo al *proceso* que se realiza mediante una interacción recíproca (*communio*), y no meramente a los envío unidireccionales de mensajes a través de medios como la radio, la televisión, la prensa, etc. (véase también Wolton 2004 y 2007). Aceptaré como correcta esta observación –si bien más adelante plantearé una reserva frente a ella-, y la mantendré aplicándola, incluso, a las acotaciones de Apel acerca de “los medios”.

Ahora bien, con el título de mi exposición he indicado alusivamente cuál es la comprensión que aquél, en principio, tiene acerca de la relación entre los medios de información y las coerciones funcionales sistémicas: uno y otro término se encuentran en conjunción, pero no forman una problemática integrada. Las coerciones funcionales son tres: política, derecho y economía (capitalista) de mercado; *frente a* ellas, los medios modulan en un sentido particular la “publicidad raciocinante” en la medida en que asumen la función de la representación inmediata de los discursos prácticos, a pesar de que les falten obligatoriedad práctica y estén expuestos “todavía” a la distorsión ideológica. En su juicio, parecen estar mejor encaminados “los miles de coloquios y conferencias” para dar cuenta –en ciernes- de aquello que se busca en la parte B de la ética. Sin embargo, “las ‘conferencias cumbres’ sólo representan la punta del iceberg [sic] revelada *por los medios*” (Apel 2007: 152; subrayado mío). ¿Está bien encaminada esta comprensión?

Creo que la argumentación de Apel choca con el bloque de hielo que entrevé. Al menos, su argumentación se vuelve confusa. Diré en principio que es necesario tener en cuenta su diferenciación respecto de las responsabilidades atribuibles dentro de las instituciones y las que lo son por encima de ellas. De acuerdo a esto, luego de advertirnos acerca de que aún hoy los medios no están exentos de manipulaciones, afirma que “los delegados de las ‘mil conferencias’ [es decir: los representantes o profesionales de la institución que están comprometidos con ella] también están sujetos a las *cuasi-coerciones funcionales de la metainstitución global de la publicidad mundial raciocinante* y, *por mediación* de ella, a la coerción de los principios del discurso primordial de la humanidad” (*Ibíd.*: 153; todos los subrayados me pertenecen). Aquí se introduce, en mi opinión, un elemento significativo: si antes Apel había aproximado la publicidad raciocinante independiente del Estado a los medios, resulta que éstos ahora parecen estar en condiciones

de ejercer unas singulares cuasi-coerciones. Esto es así porque, en virtud de la analogización “que hoy en día” existe entre los términos recién referidos, los medios de comunicación (la punta del iceberg) asumen el carácter de una meta-institución (el iceberg completo de los discursos prácticos), pudiendo llevar adelante una cuasi-coacción sobre los individuos con responsabilidades institucionales.

Pero ¿en qué consistirían estas singulares y novedosas cuasi-coerciones? Inmediatamente sostiene: “nadie que quiera conservar su prestigio ante la publicidad mundial puede permitirse negar abiertamente el objetivo universalista [por encima de las instituciones] del discurso y las reglas del discurso en él presupuestas acerca de la construcción de consenso en interés de todos los afectados” (*Ibíd.*: 154). Por consiguiente, hay que concluir: “en ello se muestra, a mi entender... que la cuasiinstitución de los ‘miles de coloquios y conferencias’ es hoy de hecho *el ámbito paradigmático de aplicación* de la corresponsabilidad primordial de todo hombre por encima del nivel de las instituciones y sus coerciones funcionales” (*loc. cit.*). Ahora bien, una vez que se repara en esto: ¿no se observa un desplazamiento en la consideración del rol que cumplen los medios? Por una parte, pertenecen al orden de aquello que, “todavía”, no puede liberarse de tergiversación; por otra parte, parecen representar ellos mismos un ámbito “prestigioso” (o capaz de conservar el prestigio), ante el cual no puede negarse el objetivo universalista de la ética del discurso. Sin embargo no son ellos, como al principio sugiere Apel, el ámbito paradigmático de aplicación de la corresponsabilidad primordial, sino las “miles de conferencias”.

Me parece interesante además reparar en el sentido y alcance que podrían tener las mencionadas cuasi-coerciones de la publicidad mundial de los medios. ¿Se reducen a la constrictión que operan en favor del discurso primordial, tal como comprende en principio Apel? Y ese sentido y alcance, ¿corresponden a los de una *cuasi-coacción*? Con otras palabras, interpelo acerca del puesto que ocupan hoy los medios de información en el seno de la comunidad real de comunicación: la respuesta que busco debería poder encontrarla considerando el influjo que ejercen ellos en comparación con las ya reconocidas (por Apel) coerciones funcionales sistémicas. Si se tiene en cuenta a éstas entonces hay que constatar:

(i) en el caso de la *política*, su escisión respecto de la moral en una línea que lleva de Maquiavelo a Kissinger, poniendo en juego un tipo de racionalidad que se basa no en el seguimiento de las condiciones ideales para la formación del consenso sino, meramente, en el ejercicio del *poder* y la *fuerza* (a pesar de que tal práctica resulte inevitable en virtud de la necesidad de autoafirmación estratégica de cada sistema social);

(ii) en el caso del *derecho*, tanto su déficit en el ordenamiento de la paz a nivel cosmopolita como el sometimiento de la legitimidad de las normas que dicta respecto de compromisos estratégicos entre los partidos políticos y las *negociaciones* políticas (a pesar de que al interior de las democracias desarrolladas preste auxilio o complemento mediante una descarga de la aplicación de la parte A de la ética); y

(iii) en el caso de la *economía de mercado*, su dependencia respecto de las interacciones estratégicas que están puestas al servicio de la maximización de la *ganancia* o beneficios (a pesar de la necesidad de abastecimiento “de los hombres con bienes”, o consumidores), por lo que esta coerción no sólo se encuentra separada de la moral sino incluso contra ella.

En suma: el argumento apeliano –o el *Sachzwang-argument*, como lo ha llamado Fernández (2008: 189)- supone tal como lo alcanzo a ver un doble punto de partida: la necesidad de diferenciar un tipo de problemática que no puede tratarse desde el marco de una ética de la acción interpersonal, a saber: “la realidad social de las *instituciones* o *sistemas de acción* funcionales y sus *reglas* de juego cuasi-sobreentendidas”; y la necesidad de contar –a los efectos de evitar recaer en errores como el recién mencionado- de una adecuada “*ilustración sociológica*” (Apel 1996: 313; todos los subrayados el original). Es esta información la que convierte en utópica la eliminación total de la alienación y la cosificación de la relaciones humanas a través de las coerciones sistémico-institucionales, y en imprudente el extremo opuesto que promueve un desarrollo de la moral con las instituciones.

De acuerdo a esto, debería afirmarse que las cuasi-coerciones de la publicidad mundial de los medios de información se expresan mediante la promoción de discursos prácticos en los cuales es posible interpelar y criticar auténticas (y no cuasi) *coerciones*: las del poder político, las de la falta de orden y paz interestatales, y las de maximización de la ganancia económica. En esta perspectiva, los constreñimientos de unos (los medios) y otros (política, derecho y economía) son de naturaleza diferente. Si fuera así, entonces me gustaría relativizar esta perspectiva y apuntar –acaso también mediante “ilustración sociológica”- algunas sugerencias para comprender de manera diferente las cuasi-coerciones que, en la actualidad, han llegado a tener los medios

Lo primero que quiero plantear es que no puedo sino coincidir con Apel respecto de que los discursos de la publicidad mundial (a través de los medios) “subyacen todavía a la distorsión ideológica y adecuada a los intereses”. Sin embargo, no logro ver cómo “las miles de conferencias” podrían mostrarse como una cierta complementación o continuación de aquéllos. No me es posible porque aquellas distorsiones y adecuaciones las comprendo como intrínsecas a los medios de información tal como podemos conocerlos hoy, y no como algo

que éstos (meramente) padecerían. Incluso, estoy dispuesto a sostener que ejercen una auténtica coerción moralmente restrictiva. Intentaré explicarme.

Tengo por correcto y actual el siguiente punto de partida: “los principales sistemas de comunicaciones modernos constituyen hoy con tanta evidencia instituciones clave dentro de las sociedades capitalistas avanzadas que requieren el mismo tipo de atención, al menos inicialmente, que la otorgada a las instituciones de la producción y la distribución industrial. Los estudios sobre *la propiedad y el control* de la prensa capitalista, del cine capitalista y de la radio y la televisión estatales y capitalistas se entrelazan, histórica y teóricamente, con los análisis más amplios sobre la sociedad capitalista, la economía capitalista y el Estado neocapitalista” (Williams 2009: 185; subrayado mío).

Entiendo que, por lo menos desde finales del siglo pasado, el rótulo “medios de información” es una expresión apocopada de los que en la práctica funcionan como medios *masivos* de información. Por ende, no me parece –como Pasquali sugiere– que allí halla redundancia alguna: como en ninguna otra época, resulta imposible no estar expuesto a la circulación ilimitada de mensajes. En efecto, los medios de información (masiva) han sido caracterizados y criticados a partir de los llamados estudios culturales y aquellos referidos a la industria cultural. Éstos, y otros, han puesto de manifiesto una buena cantidad de “efectos” que producen la proliferación tecnológica, la configuración multimedial en torno a la información, y la manera en que ésta es producida, puesta en circulación y consumida (televisión paga, televisión pública, radios, proveedores de internet, telefonía móvil, telefonía básica, etc.). Señalan entre ellos cambios radicales que podríamos considerar como subjetivos: lo que sucede respecto de la percepción del receptor, el tiempo de durabilidad de lo que se considera una “novedad” o “noticia”, el “aplanamiento” intelectual –o, como lo dice Morin respecto de la internet: el surgimiento de un “sistema neurocerebral planetario” (véase Wolton 2004: 209) y la proliferación de los *fast thinkers* (Bourdieu 2007: 39-44), etc.; y otros de orden objetivos: especialmente, la concentración de la propiedad y el control de los medios informativos. Es en relación con esta última clase de consecuencias donde se advierte, hoy, una sorprendente proximidad de los medios (masivos) con las coerciones sistémicas que tiene en cuenta Apel.

Esto lo muestra de modo paradigmático la televisión: su importancia radica, en principio, en que este formato concebido inicialmente como “ventana al mundo” –que suponía algo así como un contrato pedagógico y objetivo– fue desplazado y hegemonizado de manera creciente en las últimas décadas por propuestas que tienen su eje en el entretenimiento. Esto es lo Eco (1995) llama el paso de la “paleotelevisión” a la

“neotelevisión”. Además, el influjo de la televisión se advierte también en que existe un sector importante de la sociedad real de comunicación que sólo se “informa” por ese canal (y casi no lee periódicos, diarios impresos o virtuales) acerca de acontecimientos políticos, jurídicos y económicos. Incluso puede decirse que ella ejerce una especie de monopolio *de facto* sobre la formación de esas mentes. Su acción simbólica consiste, por ejemplo, en “llamar la atención sobre unos hechos que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo, de los que cabe decir que son *para todos los gustos*”, y cuya eficacia consiste en ocultar temas o hechos valiosos. Esto lo logra de diversas formas: (i) mostrando algo distinto de lo que tendrían que mostrar; (ii) mostrando lo que deben pero de manera tal que aparezca minimizado; y (iii) elaborando los acontecimientos con el propósito de que éstos adquieran una significación que no se corresponde con la realidad (Bourdieu 2007: 22-26; subrayados en el original). A ello habría que agregar que estos procedimientos pueden ser llevados a cabo las veinticuatro horas del día, todos los días (pienso en las “cadenas informativas” que transmiten interrumpidamente un reducido número de mensajes, y por más de una única frecuencia).

Claro que con esta breve referencia no quiero redundar en el famoso tópico de la “construcción social de la realidad” (en este caso, en virtud de los intereses de los medios masivos). A mi juicio esta “metáfora” ha sido correctamente desmontada y circunscrita en su verdadero alcance por Lahire (2006): éste sugiere entre otras cosas –a cuenta del oficio del sociólogo, aunque aquí podemos extender su aplicación al caso que vengo tratando- que hablar de construcción social de la realidad no implica quitarle a ésta una onza de materialidad. Por consiguiente, es tan pertinente reparar en una de las siguientes afirmaciones como en la otra: por un lado, los medios masivos (como la televisión) “se han ido concentrando progresivamente –a nivel internacional y local- tanto en el aspecto técnico como en el plano financiero. Al dotar de un enorme poder a una minoría en cuanto atañe al poder de emisión, y siendo muy poca la influencia de los millones de televidentes que están aislados entre sí y prácticamente reducidos a la situación de receptores relativamente pasivos” (Margulis 2009: 33). Por otro lado, es correcto también considerar que “la simple información, el hecho de informar, *to record*, de manera periodística, implica siempre una elaboración social de la realidad capaz de provocar la movilización (o la desmovilización) social” (Bourdieu 2007: 28). De acuerdo a este panorama, pues, los medios ejercen un influjo que es homologable, parcialmente, al planteo de las coerciones sistémicas a las que se refiere Apel, y en un sentido distinto de la “*cuasi-coerción*” que él tiene en cuenta.

Como la política, ellos ponen en funcionamiento un tipo de racionalidad y discursividad cuyo eje principal no lo constituye el seguimiento de las condiciones ideales para la formación del consenso sino el poder y la fuerza: acceder a la pantalla como presentador de noticias, o a un lugar destacado de las páginas de un periódico como protagonista (donde también predominan las imágenes, y no sólo las palabras), implica en no pocos casos una pérdida de la autonomía o autocensura. Además, en la medida en que los medios masivos ofrecen una “información” indiferenciada, generan inevitablemente efectos político-culturales: homogeneización, banalización, conformismo y despolitización o hiperpolitización. Como el derecho, no han logrado alcanzar un ordenamiento jurídico mundial respecto de las funciones y los límites de la práctica periodística, precisamente porque la tecnología hoy disponible ha redefinido y redefine constantemente la noción de límite: la masividad de lo que los medios transmiten es indeterminada en volumen y espacio. Al mismo tiempo, a esta falta de regulación se agrega el hecho de que pueden ser tanto promotores de acciones de movilización social jurídicamente legitimadas (campañas solidarias, publicidad de solicitadas y edictos, operaciones de comercialización de bienes, etc.) como cuestionables (especialmente, defensa de intereses corporativos y apelación a identidades nacional, religiosa y culturalmente excluyentes). Como la economía de mercado, los multimedios traducen el “servicio de la información” en oportunidades estratégicas para la maximización de ganancias, tanto de bienes que le pertenecen (los propietarios de los medios y de estos productos son, en no pocas ocasiones, los mismos) como en torno a intereses de posicionamiento comparativo respecto de otros (multi)medios.

Esta cercanía entre la manera de entender las coerciones sistémicas en el sentido de Apel y los efectos que producen hoy los medios puede ya indicar que éstos se encuentran lejos de asumir el rol de la publicidad mundial *raciocinante* en la que piensa aquél. Es sobre todo el fenómeno de la concentración en la propiedad de medios el que ha hecho explícitos los condicionamientos que ellos son capaces de ejercer: a los discursos (gráficos, textuales, etc.) que transmite no sólo les falta obligatoriedad práctica, sino que les sobra coerción moralmente relevante. Esto puede advertirse tanto por lo dicho en el párrafo anterior, como por la siguiente circunstancia: la concentración oligopólica y monopólica de medios pone en correlación “la emergencia de temáticas o cuestiones en la opinión pública y el formato concentrado de los mercados infocomunicacionales con grandes actores interesados en la promoción y difusión de determinados puntos de vista sobre esas mismas temáticas o cuestiones. Esto ha conducido y conduce a una reducción de las fuentes informativas, a una relativa homogeneización de los géneros y los formatos de entretenimiento, a una

predominancia de estilos y temáticas y a la concomitante oclusión de fuentes, temas y formatos en los medios...” (Becerra y Mastrini 2008: 18).

Sin embargo, en relación a los tipos de coerciones funcionales descritas por Apel creo necesario distinguir el tipo de constreñimiento que ejercen los medios informativos por el siguiente motivo: ellos conforman –como lo ha señalado Bourdieu- un *campo*, es decir, “un microcosmos que tiene sus leyes propias y se define por su posición en el mundo global, así como por las atracciones y repulsiones a la que lo someten otros microcosmos”, lo cual significa que “lo que ocurre en él no puede comprenderse de forma directa a partir de factores externos” (Bourdieu 2007: 57). Esta última indicación pretende –a mi juicio acertadamente- dos cosas: en principio, no reducir la lógica práctica que los medios han alcanzado mediante la dependencia de éstos respecto de factores económicos, políticos o jurídicos; y además, ubicar la eficacia y el influjo que tienen tanto en el ámbito material como en el simbólico (por difícil de cuantificar que sean). Las *cuasi*-coerciones de la publicidad mundial que tiene en vista Apel –por cuya mediación puede llegarse a la coerción de los principios del discurso primordial- se presentan ahora de modo diferente: “los periodistas –habría que decir el campo periodístico- deben su importancia en el mundo social a que ostentan el monopolio de hecho de los medios de producción y difusión a gran escala de la información, mediante el cual regulan el acceso de los ciudadanos de a pié, los productores culturales, científicos, artistas, escritores, a lo que a veces se llama espacio público, es decir, a la difusión a gran escala” (Bourdieu 2007: 67; los subrayados me pertenecen).

4. Así, pues, que –como sostiene Apel- a los discursos de la publicidad mundial de los medios les falten “obligatoriedad práctica” no significa que no puedan ser moralmente restrictivos. A pesar de nuestra capacidad de crítica y legitimación de la inevitabilidad de las coerciones sistémicas (recordemos la “doble aplicación de la responsabilidad moral” sugerida por la ética apeliana), no puedo ver cómo los medios de información hacen las veces de complemento de “las miles de conferencias”. Es más: aquéllos han alcanzado hoy –a la vista de las democracias moderno-liberales en las que piensa Apel- el poder de instituir, tanto para el hombre de la cultura como para el conjunto de la sociedad, una forma de reconocimiento y notoriedad que difícilmente puede alcanzarse de otro modo; y el poder de fijar en no pocas ocasiones la “agenda” de “las miles de conferencias” y de condicionar la difusión de sus resultados o acuerdos en virtud de los intereses sobre las que ellas se manifiestan.

La opinión de Williams –que más arriba he citado- acerca de que los principales sistemas de comunicaciones modernos constituyen hoy instituciones claves dentro de las

sociedades capitalistas avanzadas es extensible a aquellas regiones del mundo que, como la nuestra (con excepción probablemente de Brasil), se encuentran relegadas respecto del desarrollo de ese modelo. Según he venido sugiriendo, los medios de información ejercen una auténtica y novedosa coerción moralmente restrictiva que, a un mismo tiempo, se superpone y distingue de aquellas tematizadas en la parte B de la ética de Apel.

Argentina representa para nosotros –y puede ejemplificar para otros- un caso evidente del tipo de constreñimiento descripto y ejercido masivamente sobre la comunidad real argumentantes. Existen numerosos estudios que han caracterizado y sistematizado nuestro escenario infocomunicacional, y a los cuales remito como apoyo para una profundización de mi exposición –especialmente: Landi 1992; Adrogué 1998; Cheresky 1998; Albornoz 2000; Aboy Carlés 2001; Mastrini 2005; Rinesi, Nardacchione y Vommaro 2007; Vommaro 2008, entre otros-.

Si bien Bourdieu (esp. 2007: 72-73, 104; y *passim*.) adjudica a la televisión el poder de fijar la “agenda” de los temas que han de ser socialmente significativos, en nuestro país ese influjo es compartido con la prensa escrita. Esto es así en virtud de la estructuración oligopólica en la propiedad de los medios de información masiva, que recién en el último tiempo ha empezado a ser cuestionada. Lo que este oligopolio conformado (fundamentalmente, aunque no sólo) por los servicios de prensa y televisión han venido logrando es la configuración de aquellas noticias y “problemas” que luego son amplificadas en otros medios. En efecto, el “Grupo Clarín” concentraba –hacia 2004- el 31 % de la circulación de periódicos (410 mil ejemplares), contra el 14 % de su “competidor” La Nación (185 mil ejemplares). Este se debe a dos hechos objetivos: “el primero es que Clarín forma parte del principal grupo multimedios de la Argentina, con las sinergias que en materia de línea editorial, promoción de temas, productos y oclusión de otros, ello supone; el segundo es que Clarín y La Nación son socios en un emprendimiento editorial de gran envergadura: Cimeco, que es propietario de periódicos de amplia circulación y larga tradición en el interior del país, como La Voz del Interior (Córdoba) o Los Andes (Mendoza). Por consiguiente, la competencia entre Clarín y La Nación se realiza entre socios comerciales (Becerra y Mastrini 2008: 43).

Dicha competencia es, en otro ámbito del mismo campo periodístico, virtual: tanto Clarín como La Nación están asociados en la titularidad de la agencia de noticias DyN (*Diarios y Noticias*); pero, sobre todo, reúnen por sobre el Estado Nacional la mayoría del paquete accionario de la principal productora de papel prensa de Argentina (Papel Prensa S. A.). De esta manera, “en la constitución de un sistema de propiedad de medios privados, con

unas pocas empresas oligopólicas que controlan la mayor parte del mercado de audiencias, de la producción de contenidos y de circulación de información, se perfiló una estructura de propiedad concentrada de los medios de comunicación que los convertirá en actores relativamente poderosos frente al Estado y los grupos políticos gobernantes” (Vommaro 2008: 16).

En referencia a esto, acotaría dos comentarios para matizar lo afirmado y ofrecer un corolario a mi exposición. Primero: la configuración a la que se alude no sólo ha tenido lugar –como el autor sugiere en el mismo lugar- en la fase “post transición democrática”, sino que fue posibilitada por la relación política y económica que esos mismos propietarios establecieron con los gobernantes de la última dictadura. Esa clase de vínculos, cuyo esclarecimiento es hasta hoy resistida por sus protagonistas, enfatizan el tipo de coerciones que desde los medios es posible ejercer sobre la producción, el acceso y la recepción de la información pública. Segundo: el panorama se agudiza aún más si es que consideramos que el 96 % de la audiencia de los canales de televisión abierta corresponde a operadores privados (el 70 % de ella está en manos de sólo dos grupos empresariales: Telefónica y Grupo Clarín), y que el 50 % de los hogares del país (llegando a diez puntos más en las grandes urbes) cuenta con un servicio de TV paga cuyo principal proveedor es prácticamente uno sólo luego de la fusión de los grupos Cablevisión (fondo Hicks Muse, Tate & Furst) y Multicanal (Clarín). Incluso el 20 % de las acciones del grupo Supercanal (Manzano-Vila) también corresponde a Clarín.

Por ende, las coerciones que son capaces de ejercer los medios de información, como lo demuestra en mi criterio el caso argentino, los convierten en algo distinto a un complemento de “las miles de conferencias” y de la publicidad racionante que pueden contribuir, *in the long run*, en el seguimiento de los principios explicitados por la ética del discurso para el tratamiento y la resolución de los conflictos. A mi juicio, si además de validez ha de tener vigencia el artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos (“Toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”), entonces hoy los medios masivos de información deberían ser considerados una cuarta coerción sistémica moralmente restrictiva.

ABOY CARLÉS, G. (2001), *Las dos fronteras de la democracia argentina. La reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*, Rosario, Homo Sapiens.

ADROGUÉ, G. (1998), “estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina”, en: *Desarrollo Económico* 149, 38, pp. 387-407.

ALBORNOZ, L. (coord.) (2000), *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*, Buenos Aires Ciccus/La Crujía.

APEL, K.-O. (1992), “La «ética del discurso» ante el desafío de la «filosofía de la liberación» (Un intento de respuesta a Enrique Dussel) [I]”, en: APEL, K.-O. y DUSSEL, E., *Ética del discurso y ética de la liberación*, Madrid, Trotta, 2004, pp. 183-215.

APEL, K.-O. (1996), “¿Puede considerarse el desafío de la ética de la liberación como un desafío de la *parte B* de la ética del discurso? (Sobre la aceptable e inaceptable implementación de las normas morales bajo condiciones de instituciones o sistemas sociales)”, en: APEL, K.-O. y DUSSEL, E., *op. cit.*, pp. 309-337.

APEL, K.-O. (2000), “Ética del discurso y globalización. La ética ante las coerciones fácticas e institucionales de la política, el derecho y la economía” (Diálogo con D. MICHELINI), en: *Erasmus*, Año II – N° 2, pp. 99-119.

APEL, K.-O. (2007), “La ética discursiva y las coerciones funcionales sistémicas de la política, el derecho y la economía de mercado (Reflexión filosófica acerca del proceso de globalización)”, en: APEL, K.-O., *La globalización y una ética de la responsabilidad*, Buenos Aires, Prometeo, pp. 133-162 (trad. cast.: CRELIER, A y PAOLICCHI, L.).

BECERRA, M. y MASTRINI, G., *Los dueños de las palabras. Acceso, estructura y concentración de los medios en América latina del Siglo XXI*, Buenos Aires, Prometeo.

BOURDIEU, P. (2007), *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.

CHERESKY, I. (1998), “La política, de la tribuna a la pantalla”, en *De signis* 2, Barcelona, Gedisa, pp. 247-258.

ECO, U. (1995), *La estrategia de la ilusión*, Barcelona, Lumen.

FERNÁNDEZ, G. (2008), “La ética del discurso de Karl-Otto Apel frente al problema de las coerciones funcionales sistémicas (*Sachzwänge*)”, en: MICHELINI, D., KUHLMANN, W. y DAMIANI, A., *Ética del discurso y globalización. Corresponsabilidad solidaria en un mundo global e intercultural*, Río Cuarto, ICAI.

LAHIRE, B. (2006), “Esplendores y miserias de una metáfora: ‘La construcción social de la realidad’”, en: Id., *El espíritu sociológico*, Buenos Aires, Manantial, pp. 93-108.

LANDI, O. (1992), *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta.

- MARGULIS, M. (2009), *Sociología de la cultura*, Buenos Aires, Biblos.
- MASTRINI, G. (ed.) (2005), *Mucho ruidos, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, Buenos Aires, La Crujía.
- PASQUALI, A. (1963), *Comunicación y cultura de masas*, Caracas, Monte Ávila.
- RINESI, E., NARDACCHIONE G. y VOMMARO G. (2007), *Los lentes de Víctor Hugo. Transformaciones políticas y desafíos teóricos en la Argentina reciente*, Buenos Aires, UNGS/Prometeo.
- SALERNO, G. (2009), “Inevitabilidad de la alienación en el marco de la economía monetaria. Análisis y crítica provisoria”, comunicación presentada en el marco del *IV Coloquio Latinoamericano sobre Ética del Discurso* (Río Cuarto, Córdoba, Argentina).
- VOMMARO, G. (2008), *Mejor que decir es mostrar: medios y política en la democracia argentina*, Buenos Aires, UNGS/Biblioteca Nacional.
- WILLIAMS, R., *Marxismo y literatura*, Buenos Aires, Las Cuarenta, 2009.
- WOLTON, D. (2004), “La comunicación hoy y ayer: entrevista de Dominique Wolton a Edgar Morin”, en *Cuadernos de Información y Comunicación* 9, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, pp. 203-212.
- WOLTON, D. (2007), *Pensar la comunicación*, Buenos Aires, Prometeo.